

# 12566 网络公共关系

## 一、课程性质与设置目的要求

《网络公共关系》课程是我省高等教育自学考试网络营销与管理专业必考课程，是为了培养和检验自学应考者关于网络公共关系的基本理论、基本知识和实践应用能力而设置的一门专业基础课程。

本课程以互联网时代下的网络公共关系基本理论和基本方法为主要内容，重点介绍了网络公共关系领域的基本概念及实际应用，并详细介绍了网络公共关系传播模式和策略领域的基本内容、一般流程以及具体的操作方法。本课程命题将充分体现该课程的性质和特点。

本课程的具体要求是：能够使自学应考者比较全面系统地掌握网络公共关系的基本概念、基本理论和基本方法与经验；从网络传播、公共关系和管理学的相关理论思想入手，以综合整合的视角阐述网络公共关系的理论和方法的课程，进而规范地掌握网络公共关系的基本范畴和术语；培养和提高正确开展网络公共关系实施的能力，以便能够胜任网络公共关系分析、网络公共关系传播、网络公共关系策略及监控与管理相关的专业工作。

## 二、考核目标（考核知识点和要求）

### 第一章 网络公共关系概说

#### 1、学习目的和要求

通过本章的学习，主要掌握网络与网络公共关系；网络传播的特点；网络公共关系定义与内涵、网络公共关系的构成等知识，为以后章节的学习做知识储备。

#### 2、考核知识点

- (1) 网络的发展阶段
- (2) 网络公共关系的定义与内涵
- (3) 网络公共关系的优势和原则
- (4) 网络公共关系主要运用领域
- (5) 网络公共关系传播工具

#### 3、考核要求

- (1) 识记：中国网络发展历程；网络传播的特点；网络公共关系的定义等。
- (2) 领会：网络的发展阶段

网络公关人员的传播技巧

### 第二章 网络公共关系历史

#### 1、学习目的和要求

通过本章的学习，掌握网络公共关系兴起的外部因素和内部因素；网络公共关系的发展与趋势等有关内容。

## 2、考核知识点

- (1) 网络公共关系兴起的外因（技术因素、社会因素、市场因素、行业因素）
- (2) 网络公共关系兴起的内因（网络传播理论的成熟、公共关系的实践摸索）
- (3) 网络公共关系的发展方向（三个方向）
- (4) 网络公共关系在传播中面对的问题（虚拟性、安全性等）

## 3、考核要求

- (1) 识记：逆向二次传播的含义；非常规管理（Stacey）；囚徒困境等
- (2) 领会：网络公共关系的发展现状  
网络公共关系的发展过程的五个阶段  
理性选择性模式、社会影响模式

## 第三章 网络公共关系对象

### 1、学习目的和要求

通过本章学习，要求掌握公众概念、分类、网络环境下的公众、网络公共关系中的公众参与等相关知识。

### 2、考核知识点

- (1) 公众的特性
- (2) 公众及网络公众的分类
- (3) 网络公众的特性
- (4) 网络公众与传统公众的区别
- (5) 网络公关中的特殊公众参与

### 3、考核要求

- (1) 识记：公众概念；拟态环境的概念；网络公众的参与形式等
- (2) 领会：网络公众的参与渠道  
网络公众的参与结果

## 第四章 网络公共关系的应用

### 1、学习目的和要求

通过本章的学习，要求掌握媒介关系、消费者关系、投资者关系、社区关系和内部公众等几个方面。

### 2、考核知识点

- (1) 媒介与媒介关系
- (2) 政府关系
- (3) 投资者关系

- (4) 网络关系及网络社区
- (5) 消费观念关系
- (6) 网络公关中的内部公众

### 3、考核要求

(1) 识记：网上路演；网络社区概念；窄播的概念；网络政府公关媒介和途径；网络社区策略；消费观念的转变；网络消费者关系维护等

(2) 领会：新闻工作室的组成部分

投资者网站内容

内部网特点

网络政府公关媒介与途径

## 第五章 CRM 和网络客户公关

### 1、学习目的与要求

通过本章的学习，要求掌握 CRM 的定义及不同层面的解读；CRM 的全新模式；CRM 的实施具体体现方面；网络客户公关的特性等相关知识。

### 2、考核知识点

(1) 如何全面认识和解读 CRM 及 CRM 问题

(2) 掌握 CRM 的管理模式过程：客户信息数据库基础上的客户识别与细分；以互联网为主要工具进行业务运作；对客户反馈信息的关注与处理

(3) CRM 中的公共关系支持

(4) 网络客户公关的特性

(5) 如何做好网络客户公关

### 3、考核要求

(1) 识记：网络客户公关；网络营销；网络 CRM 的优点等

(2) 领会：CRM 的战略理念与公共关系的目标比较

如何做好网络客户公关

帮助并引导 CRM 运作过程

## 第六章 网络公共关系传播模式

### 1、学习目的与要求

通过本章的学习，要求掌握工业经济形态下的传播过程模式；网络传播模式特点。

### 2、考核知识点

(1) 拉斯韦尔 5W 模式

(2) 香农-韦弗数学模式

- (3) 传播过程的循环和互动模式
- (4) 系统模式
- (5) 两级传播理论
- (6) “把关人”理论
- (7) 网络传播模式的特点及类型

### 3、考核要求

- (1) 识记：大众传播；“把关人”理论等
- (2) 领会：网络传播带来的变化  
分类市场营销

## 第七章 网络公共关系传播领域

### 1、学习目的与要求

通过本章的学习，要求掌握危机公关内涵、网络危机的详解、网络危机公关“五步走”、网络公共关系与网络品牌传播等。

### 2、考核知识点

- (1) 危机公关的定义和种类
- (2) 网络危机公关的作用
- (3) 网络危机公关的“五步走”
- (4) 网络危机公关的原则
- (5) 网络品牌的特点
- (6) 网络公关对网络品牌传播的影响

### 3、考核要求

(1) 识记：危机公关的定义和种类；品牌和网络品牌；网络广告概念；整合营销传播等

- (2) 领会：网络品牌传播要素分析  
网络品牌传播的助手  
网络广告形式和特点  
网络公关与网络广告的关系  
整合营销传播的含义及意义、模式  
在互联网上实施整合营销传播策略的优劣分析
- (3) 应用：推动网络品牌扩张的网络公关活动  
网络广告的效果测定

## 第八章 网络公共关系策略领域

### 1、学习目的与要求

通过本章的学习，要求从实践角度理解现代公共关系的主要策略领域，主要包括公共关系出版物策略、公共关系新闻策略、媒介支持策略，及网络时代下公共策略的新发展。

### 2、考核知识点

- (1) 社会理念营销策略及公益公关的含义和作用
- (2) 网络出版物与传统媒介出版物相比的优势
- (3) 社区策略
- (4) 媒介支持策略
- (5) 网络公共关系事件策划技巧

### 3、考核要求

- (1) 识记：游说的概念；公共关系事件策略；网络事件策略；病毒式营销等
- (2) 领会：体验式营销策略及原则  
网络公共事件和传统公共事件相似性及特殊性比较  
病毒式营销的六个基本要素

## 第九章 网络公共关系的实施

### 1、学习目的与要求

通过本章的学习，要求掌握网络公共关系在具体信息的传播与沟通当中的战术实施；将公关信息内容以最好的形式传播出去并达到最佳的传播效果。

### 2、考核知识点

- (1) 网络公关关系的传播过程
- (2) 评价网络公关效果
- (3) 网络公共关系传播战术
- (4) 网络公共关系与视觉传播

### 3、考核要求

- (1) 识记：视觉传播的特点；文字传播的特点；网站推广的方法等
- (2) 领会：评价网络公关效果的关键词  
选择和应用网络公关信息传播工具的遵循原则  
确立网络公关活动目标

## 第十章 网络公共关系的监控与管理

### 1、学习目的和要求

通过本章的学习，要求掌握网络公共关系实施监控的内容、原则、途径、手段等知识。

### 2、考核知识点

- (1) 网络监控的分类
- (2) 网络监控的目的
- (3) 网络公共关系监控的内容
- (4) 网络公共关系监控的途径
- (5) 网络公共关系监控的手段

### 3、考核要求

- (1) 识记：网络监控的含义和分类；网络监控的目的；危机监控等
- (2) 领会：网络公共关系监控的原则
  - 网络公共关系监控的手段
  - 网络公共关系常规监控及非常规监控
  - 完善和发展网络公共关系
  - 如何应对公共关系自身危机意识

### 三、有关说明

大纲是根据专业考试计划的要求，结合自学考试的特点，规定课程内容与考核目标并使考核要求具体化的文件；是个人自学、社会助学、考试命题以及编写教材和自学辅导书的依据。为了使本大纲的规定得到贯彻和落实，兹将有关问题作如下说明，并提出具体实施要求。

#### (一) 关于课程内容与考核目标的说明

1. 大纲与教材的关系：大纲是进行学习和考核的依据，教材内容是大纲所规定课程内容的扩展与发挥。大纲中规定的课程内容与考核知识点，教材中一般都有，反过来教材中有的内容，大纲里不一定都体现。

2. 为使考试内容具体化和考试要求标准化，在本大纲列出的课程内容基础上，对各章规定了考试目标。明确考试目标，使自学应考者能够进一步明确考试内容和要求，更有目的地系统学习教材；使命题教师能够更加明确命题范围，更准确地安排试题的知识能力层次和难易度。本课程要求自学应考者学习和掌握的知识点都作为考核的内容。

3. 本大纲在考核目标中，按照识记、领会和应用三个层次规定达到的能力层次要求。各能力层次的含义分别是：

识记：能识别和记忆大纲中规定的考核知识点的有关定义、特点、概念等。能正确表述、选择、判断，属较低层次要求。

领会：能领悟和理解大纲中规定的有关考核知识的内涵和外延，熟悉其内容要点和它们之间的区别与联系，并能正确地解释、说明和论述，属较高层次的要求。

应用：在识记和领会的基础上，能够熟练和灵活地运用基本概念、基本原理、基本方法分析去解决有关的理论问题和实际问题，为高层次的要求。

## （二）关于自学教材：

使用教材：《网络公共关系》，郭丽、黎泽湖 编著，合肥工业大学出版社，2011 年版。

## （三）自学方法指导：

1. 在全面系统学习的基础上，掌握网络公共关系的重点概念、重点问题和重点方法。
2. 重视理论联系实际，要具有正确分析网络公关问题、初步实施网络公关活动的的能力。

## （四）对社会助学的要求：

1. 应根据本大纲规定的课程内容和考核目标，认真学习和钻研自学教材，明确本课程的特点与学习要求，对自学应考者进行切实的辅导，防止自学中的各种偏向，科学引导社会助学自学的正确导向。

2. 要正确处理基础知识与综合能力之间的关系，努力引导自学应考者将识记与领会联系起来，在全面辅导的基础上，着重培养和提高自学应考者对互联网时代网络公关实务的分析和综合能力。

3. 要正确处理重点和一般的关系。课程内容有重点和一般之分，但考试内容是全面的，而且重点与一般是相互联系的。社会助学者应指导自学应考者全面系统地学习教材，掌握全部考核知识点与考核要求，在此基础上突出重点。总之，要把重点学习与兼顾一般结合起来，切勿孤立地抓重点，把自学应考者引向猜题押题。

## （五）关于命题的若干规定

1. 本大纲各章所规定的考核知识点及知识点下的知识细目，都属于本课程命题考试的内容。考试命题覆盖到章，并适当突出重点部分内容，加大重点内容的覆盖密度，体现本课程内容重点。

2. 本课程在试卷中对不同能力层次要求的分数比例大致是：识记占 45%、领会占 45%、应用占 10%。

3. 将合理安排试题难易程度，试题难易度可以分为：易、较易、较难和难四个等级。每份试卷中不同难度试题的分数比例大致为：易占 20%、较易占 30%、较难占 30%、难占 20%。

4. 本课程考试可能采用的题型一般有：单项选择题、多项选择题、名词解释、简答题、论述题等。

## 附录：题型举例

一、单项选择题（在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的，请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选或未选均无分。）

1、公共关系学中最基本的概念是（ ）。

- A. 公共关系状态、公共关系活动、公共关系观念
- B. 关系、舆论、形象

- C. 组织、公众、传播
- D. 信息、关系、沟通

## 二、多项选择题

### 1、公共关系调查的基本原则是（ ）

- (A) 真实性原则
- (B) 系统性原则
- (C) 保密性原则
- (D) 时效性原则
- (E) 经济效益原则

## 三、名词解释

- 1、大众传播
- 2、逆向二次传播

## 四、简答题

- 1、网络人际传播的特点？
- 2、简述整合营销传播的实施过程？

## 五、论述题

- 1、论述公共关系部门如何辅助企业进行 CRM 运作？
- 2、论述处理危机的原则及程序？

## 六、案例分析题

### **10 万美元寻找主人！**

某公司宣传其新型保险柜的卓越功能，登出一则这样的广告：“10 万美元寻找主人！本公司展厅保险柜里存放有 10 万美元，在不弄响警报器的前提下，各路豪杰可用任何手段拿出享用！”广告一出，轰动全城。前往一试身手的人形形色色：有工人、学生、工程师、警察和侦探，甚至还有不露声色的小偷，但都没有人能够得手。各大报纸连续几天都为此事作免费报道，影响极大。这家公司的保险柜的声誉随之大增。

请用网络公共关系中的相关知识分析评点上述案例。